

## Краудфандинговая индустрия как проявление социальной ответственности бизнеса и общества

Краудфандинг, или народное финансирование – практика привлечения большого числа людей к инвестированию через Интернет. Сбор денег происходит по инициативе автора того или иного проекта, который решился убедить незнакомых пользователей социальных сетей, что вложение денег в его проект будет с их точки зрения разумной инвестицией. Инвесторы, в свою очередь, согласившись с условиями оферты, считают для себя, что данный проект для них полезен.

Информация, как правило, размещается на специализированных сайтах, которые являются площадками для размещения проектов, а социальные сети позволяют создавать контент, обсуждать его, что способствует продвижению и распространению информации.

История сбора денег для реализации хороших идей не нова. Она уходит корнями в США, когда впервые население Нью-Йорка собрало необходимую сумму для установки Статуи Свободы.

В настоящее время существует множество платформ для краудфандинга, помогающих найти финансирование музыкантам, художникам и артистам, бизнес-стартапам, нуждающимся некоммерческим проектам, а также получить образование, проводить мероприятия, поддерживать как физических, так и юридических лиц и т. д.

Этот относительно новый способ финансирования появился благодаря мобильным технологиям и Интернету. Он помогает собрать деньги в том случае, когда традиционные источники финансирования или кредиты недоступны.

Фактически мы видим удивительные перемены в жизни людей, которые являются предвестником изменения трендов финансирования и кредитования без участия банков, венчурных капиталистов и биржи, что в свою очередь меняет систему ценностей общества. Благодаря небольшим ссудам простые люди без посредников могут изменить свое качество жизни.

Множество вариантов привлечения финансирования, в том числе и предварительная продажа товара со скидкой, предложение приобретения доли в бизнесе, наряду с пожертвованием и ссудами, позволяет вовлекать в систему все больший круг заинтересованных. Творческие люди, начинающие предприниматели, ремесленники – те, кто обращается за привлечением средств инвесторов.

Это новая форма взаимоотношений между потребителем и производителем, между инвестором и производителем, между автором идеи и спонсором (беккером) без посредников, от которой выигрывают все участники процесса.

Краудфандинговые платформы меняют человеческие отношения и экономику стран.

Автор идеи или проекта получает возможность реализовать свои самые смелые мечты, а если продукт при запуске окажется удачным – запустить производство и стать полноценным предпринимателем. Потребитель реализует себя как инвестора – того, кто оказанием своей помощи может изменить мир. Государство получает развитие предпринимательской и инновационной среды.

Краудфандинг своим быстрым стремительным развитием меняет рынок инвестиций. Опыт работы краудфандинговых площадок показывает бурный рост микроинвесторов: у многих людей есть небольшие свободные средства, которые они решают вложить в дело, а не просто потратить.

Краудинвестинг как один из видов краудфандинга меняет рынок инвестиций. Инвесторы, бизнес-ангелы и венчурные капиталисты все чаще оказываются вовлеченными в новую индустрию финансовых вложений.

Краудфандинговая индустрия вступила в новый этап развития после того, как платформа LendingClub (LC) подала в Комиссию по ценным бумагам и биржам форму S-1, необходимую для листинга на американских биржах. Это событие выводит саму компанию на новую высоту и служит на пользу всей индустрии альтернативного кредитования.

LC прошло оценку в качестве технологической компании, а не компании по предоставлению услуг финансирования. Платформа выступает в качестве посредника между обладателями капитала и пользователями, нуждающимся в средствах в рамках модели, которая может быть более эффективной, чем традиционная. LC предоставляет потребителям займы в качестве альтернативы кредитным картам, предлагая более низкие проценты и более структурированную систему выплаты.

Начинающие предприниматели получают выгодные условия для развития бизнеса, поскольку смогут получать финансирование как от венчурных капиталистов, так и «народное финансирование» из разных стран мира. Это позволяет создать потенциальное сообщество вокруг своего продукта и еще до начала реализации проекта получить обратную связь.

Залогом успеха для автора проекта является определение достижимой цели, расчет необходимых затрат, умение определить бюджет и сроки реализации, разработать эффективную систему поощрения, грамотно спланировать кампанию по продвижению, а

также умение правильно построить систему коммуникации, информирования и вовлечения потенциальных инвесторов в процесс коммуникации.

Те, кто хочет получить народное финансирование, должны быть уверенными и ответственными, должны убеждать потенциальных инвесторов в обоснованности своего бизнес-плана. Инвесторы в свою очередь хотят прозрачности понимания, куда будут потрачены средства, должны видеть перспективу и одновременно все риски.

Независимо от механизма краудфандинга веб-сайты работают по одной и той же схеме: соискатели публикуют профили с описанием проекта, а пользователи вкладывают в них средства, если проект их заинтересовал.

В отличие от США и Европы, где краудфандинг вырос в масштабную индустрию, Беларусь только присоединяется к этому глобальному сообществу людей, которые готовы участвовать в рискованных предприятиях и способствовать их успеху.

В нашей стране краудфандинговая индустрия заявила о себе несколькими краудфандинговыми площадками.

На рынке функционируют три основные интернет-платформы, конкурируя между собой за авторов проектов и беккеров. Краудфандинговые площадки отличаются особенностями финансирования проектов, а также спектром и направленностью проектов: «Талака»(сайт: <http://www.talaka.by>), SOCIAL WEEKEND (сайт: <http://www.socialweekend.by>), благотворительный аукцион встреч «МаеСэнс» (сайт: <http://maesens.by>), а также ULEJ (сайт: <http://ulej.by/>).

«Талака»—краудсорсинговая компания, которая позволяет публиковать проекты в каталоге, искать единомышленников для реализации проектов и собирать обещания от потенциальных спонсоров по финансированию проекта.

«МаеСэнс»предоставляет возможность разместиться в каталоге и открыть благотворительный счет для сбора средств.

«SOCIAL WEEKEND» предоставляет возможность выиграть грант, пройдя процедуру конкурсного отбора.

Основными факторами, сдерживающими развитие краудфандинговой отрасли в нашей стране, являются отсутствие законодательной базы, низкая степень осведомленности общества о краудфандинге, низкий уровень подготовки авторов проектов, отсутствие культуры оплаты посредством интернет-платежей, высокий уровень настороженности и недоверия общественности.

Факторами для развития индустрии является запуск в апреле 2015 года полноценной краудфандинговой площадки ULEJ. Проект использует успешную модель одной из американских компаний, предлагая пользователям пожертвовать деньги на понравившиеся

проекты в различных сферах, оказывает комплексные услуги для авторов проектов, предоставляя возможность получения финансирования, а спонсорам – возможность выбора проекта корпоративной социальной ответственности в результате его финансирования.

На этом этапе площадка проводит активную работу по поиску, обнаружению, активации и удержанию авторов проектов, курирует подготовку и ведение краудфандинговых компаний.

Компания проводит обучение, сопровождение и координацию авторов, размещая и продвигая проекты, а также предоставляя юридическую и техническую базу для получения финансирования.

Платежный инструмент позволяет аккумулировать денежные средства в проект посредством различных платежных инструментов. За полгода было десять успешно профинансированных проектов, 43% успешных проектов от общего числа завершившихся (мировой показатель 20%).

Монетизация бизнеса осуществляется за счет комиссии от успешно проведенных кампаний. В качестве положительных драйверов для развития краудфандинга можно отметить наличие интереса со стороны авторов проектов выставлять проекты на площадке, готовность спонсоров (крупные компании) финансировать проекты.

Авторы проектов, как правило, социально активные люди с командой единомышленников, с высокой степенью осведомленности в вопросах краудфандинга, от 25 до 44 лет, 57% – мужчины, 42% – женщины.

Микроспонсорами являются активные пользователи социальных сетей, вовлечённые в определенное направление / продукт, реализуемое через проект, обладающие желанием получения доступа к уникальным услугам и продуктам или вовлечённые в определенное направление и имеющие интерес к определенному сегменту культуры, науки, искусства и т.д. также являются активными пользователями социальных сетей.

Потенциал краудинвестинга огромный. Практически у каждого среднестатистического жителя страны есть свободные деньги в копилке, но нет культуры вложения денежных средств в развитие. Люди обычно не вкладывают небольшие суммы, а тратят их. Но экономика страны выиграет гораздо больше, если микросуммы станут поступать на развитие стартапов. Чем больше стартапов, тем больше возможности для развития предпринимательской среды в стране, тем больше рабочих мест и созданных продуктов и услуг. Быстрое финансирование без посредников позволяет стимулировать среду для рождения новых идей и бизнес-проектов.

На нашем рынке существует дефицит признания и уверенности. Это касается и авторов проектов и беккеров. Государство может стать регулятором этих процессов:

отрегулировать механизм и дать возможность игрокам этой индустрии «снять настороженность и недоверие» с целью поддержания индустрии или сделать затею бессмысленной.